

Hendrik Schröder, Rainer Olbrich, Peter Kenning, Heiner Evanschitzky (Hrsg.)

## **Distribution und Handel in Theorie und Praxis**

Gabler-Verlag  
645 Seiten, gebunden  
ISBN: 978-3-8349-1457-6

### **Zum Inhalt**

Mit diesem Buch würdigen die Autoren das wissenschaftliche Werk von Universitätsprofessor Dr. Dieter Ahlert. Die Verfasser haben seine Ausbildung, seine Forschung oder die Anwendung seiner Forschungsergebnisse begleitet und greifen mit ihren Beiträgen verschiedene Facetten der Arbeitsgebiete von Dieter Ahlert auf.

Dazu gehören Aspekte der Gestaltung von Instrumenten des Handelsmarketing ebenso wie Themen der Markenführung, des Category Managements, des Controlling und Corporate Social Responsibility – stets aus der Perspektive von Distribution und Handel. Noch recht jung sind die Themen des Netzwerkmarketing und der Neuroökonomik.

Der Sammelband beleuchtet aktuelle Entwicklungen und Diskussionen dieser Forschungsgebiete.

Das Buch wendet sich an Akademiker und akademisch orientierte Praktiker aus Industrie, Handel und Dienstleistung mit Interesse an den Bereichen Konsumgütermarketing, Konsumgüterhandel, Konsumgütervertrieb, Markenpolitik, Netzwerkmanagement im Vertrieb und Neuroökonomik.

